

Но тут требуется огромная работа по поиску, выдвижению и воспитанию таких людей.

Пример такой работы — учреждение Демидовской премии КЮРОС. Здесь фирмы, основанные УА ЮНЕСКО, вкладывают именно в идею — новую, яркую, могучую идею гуманитарной солидарности. Эти фирмы возглавляют не случайные люди, а люди, сознательно принявшие идею ЮНЕСКО. Безусловно, процесс спорен, даже опасен. Обычный бизнес, повторяю, идет жестким путем накопления капитала. Бизнес, вкладывающий в культуру, накапливает багаж духовного свойства. А здесь подстерегают многие опасности: жесткая конкуренция, просчеты и поражения, вплоть до оглушительных. Но именно этот бизнес способен решить многие проблемы культуры, особенно в финансовой части. Он-то и формирует, не без гуманитарного влияния движения в поддержку ЮНЕСКО, политику, и государственность, и подлинное богатство России.

**В.И. БАЙДИН**  
**Екатеринбург**

### **КУЛЬТУРА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПРОШЛОМ И НАСТОЯЩЕМ РОССИИ**

В отношении прошлого речь пойдет не о Демидовых, Строгановых и им подобных, в пору расцвета культурной и благотворительной активности давно уже принадлежавших к дворянству, а об основной массе российских предпринимателей.

Действительно выдающаяся филантропическая деятельность Морозовых, Третьяковых, Рябушинских, Щукиных, Бахрушиных, Солдатенковых, Хлудовых и других представителей элиты московской буржуазии конца XIX — начала XX века относится, условно говоря, ко времени жизни «внуков» зачинателей этих родов и не являлась имманентной для дедов и отцов. Это можно подтвердить десятками примеров из истории провинциальных купеческих семей Урала и Сибири.

На этапе формирования рыночных отношений в России культурная самоидентификация буржуазии осуществлялась в рамках так называемой «третьей» (городской) культуры, или примитива, где «среднее сословие» выступало в качестве заказчика, потребителя и, частично, производителе-

ля культурных ценностей. В примитиве, при наличии своеобразной эстетики, функциональное начало безусловно преобладало. Сама предпринимательская деятельность по формам организации основывалась почти исключительно на практике. Даже на мануфактурах передача технического и управленческого опыта осуществлялась от учителя к ученику. Благотворительность носила ограниченный, преимущественно конфессиональный характер. (Все перечисленные выше московские купеческие семьи — выходцы из старообрядчества, к нему же принадлежала значительная часть провинциальных предпринимателей.)

Переход к индустриальному производству, появление новых рыночных институтов (банки, акционерные общества, биржи и т.п.), развитие общественной жизни, рост политического самосознания приводят предпринимателей к осознанию ценности образования, науки, культуры (меценатство). Купеческие роды дали немало выдающихся представителей интеллигенции. Широкое распространение получает благотворительность, независимо от того, стала ли она ценностным и поведенческим стереотипом или диктовалась соображениями общественного престижа.

Учитывая, что Россия вновь переживает стадию раннего капитализма и становления рыночных отношений, перспективы взаимодействия предпринимателей и культуры оптимизма не вызывают. Интерес делового мира к культуре в массе своей сейчас связан или с утилитарными целями (вроде презентаций), или с возможностями извлечения быстрой прибыли (эксплуатация явлений «массовой культуры»).

Надежды, видимо, следует возлагать на то, что: 1) при повторении уже пройденного время имеет способность как бы сжиматься, и отечественной культуре не придется ждать, пока сменятся два-три поколения предпринимателей; 2) существенно изменился окружающий мир. Чтобы соответствовать реалиям мирового рынка и информационного общества, предпринимателям придется уделять должное внимание культуре. Наконец, 3) развитые страны давно выработали модели поддержки сферы культуры за счет предоставления бизнесу льгот, прежде всего налоговых. Поэтому государству надо перестать пытаться доказывать, что Россия по-прежнему остается сверхдержавой, а обратить внимание на тот интеллектуальный и культурный потенциал, которым располагает наша страна, и создать условия для его воспроизводства и развития. В сочетании с природными

ресурсами это может обеспечить России достойное место и в современном нам, и в будущем мире.

**В.Р. МАЛКИН**  
**Екатеринбург**

## **КУЛЬТУРА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Новые социально-экономические условия, возникшие в последние годы, вызвали к жизни класс предпринимателей. Появление этого класса — не новая специфическая деятельность, это прежде всего новая социально-психологическая атмосфера в обществе, возникновение новых социально-психологических ценностей. По сути это революционные изменения в общественном сознании, в психологических установках общества, что, в свою очередь, является социально-психологической базой для перехода к цивилизованному, созидающему обществу. Через формирование класса предпринимателей должно произойти переформирование сознания нашего общества с уровня самосознания потребителя на уровень принятия ответственности за деятельность и бытие на самого себя. Но революция, даже если она необходима и соответствует логике исторического развития, — прежде всего огромные социально-психологические и человеческие издержки, причем очень болезненные, а нередко, особенно на начальном этапе, превышающие, как кажется, будущие положительные результаты. Естественно, это не могло не произойти и при формировании нового класса предпринимателей.

Первое. Самая большая издержка — это отсутствие культуры предпринимательства. Дело в том, что в первую волну предпринимателей в основном попала все та же советско-партийно-хозяйственная бескультурная номенклатура, не обладающая ни общей, ни предпринимательской культурой, и, естественно, перенесшая свое бескультурье в новые условия.

Второе. Повсеместная криминализация предпринимательства, а культурным криминал никогда не был и быть не может.

Третье. Массовое понижение общей культуры за годы советской власти. Известно, что культура возможна только при внутренней свободе личности, что практически отсутствовало в эти годы.